

**Relatório de Estágio: Gabinete de Empreendedorismo
da Universidade NOVA de Lisboa**

Constança de Mello Breyner Roquette Rodrigues

**Relatório
de Estágio de Mestrado em Ciências da Comunicação
Especialização em Comunicação Estratégica**

2 de Julho 2014

**Relatório de Estágio: Gabinete de Empreendedorismo
da Universidade NOVA de Lisboa**

Constança de Mello Breyner Roquette Rodrigues

**Relatório
de Estágio de Mestrado em Ciências das Comunicação
Área de especialização: Comunicação Estratégica**

2 de Julho de 2014

Relatório de Estágio apresentado para cumprimento dos requisitos necessários à
obtenção do grau de Mestre em Ciências da Comunicação, área de especialização em
Comunicação Estratégica, realizado sob a orientação científica
de Professora Doutora Ana Jorge da Universidade Nova de Lisboa

À minha família e ao Tiago, os pilares da minha vida.

AGRADECIMENTOS

O meu agradecimento dirige-se à orientadora do Relatório de estágio, Professora Ana Jorge da Universidade Nova de Lisboa, pela sua comprometida orientação, leitura e comentário paciente do respectivo relatório.

À Doutora Joana Mendonça, Coordenadora do Gabinete de Empreendedorismo da Universidade Nova de Lisboa que me acolheu no seu “universo empreendedor” ao longo do estágio e com quem partilhei o meu dia-a-dia no respectivo estágio com duração de três meses, retirando uma enorme aprendizagem e experiência profissional.

Por fim, gostaria de agradecer à minha família pelo apoio e incentivo ao longo destes meses de mestrado.

Relatório de Estágio: O Gabinete de Empreendedorismo da Universidade NOVA de Lisboa

Resumo

O presente relatório resulta de um estágio com duração de três meses no Gabinete de Empreendedorismo da Universidade NOVA de Lisboa, caracterizando o local do mesmo. Actividades no âmbito da Comunicação – em especial de Comunicação Estratégica – foram desenvolvidas, debruçando-me em particular na elaboração de um Plano de comunicação para o projecto *Plugged in* NOVA. O meu papel assentou deste modo nas seguintes actividades: Elaboração de um plano de comunicação; gestão e criação de conteúdos para as redes sociais; Comunicação interna: *email marketing* relacional CRM, elaboração e envio da *Newsletter* NOVA empreende (anexo 8); Apoio e participação em eventos e concursos como é o caso da *One Academy*, participação, e apoio NOVA *Idea Competition*.

A missão ao longo dos três meses de duração do respectivo estágio inseriu-se, assim na promoção do ecossistema empreendedor, sobretudo nas Unidades orgânicas da comunidade NOVA.

Eu gosto do impossível porque lá a concorrência é menor.

Walt Disney

Go for it

Charles Buchanan, ex-Administrador da FLAD

ÍNDICE

Capítulo 1

Introdução.....	10
1.1 Empreendedorismo : Diferentes Perspectivas Teóricas	13
1.2 Educação Empreendedora : Empreendedorismo em Instituições de Ensino.....	14
1.3 O papel da Comunicação num contexto Universitário.....	17

Capítulo 2

2.1 Objectivos do Estágio.....	18
2.2. A Instituição	20
2.3. Missão da instituição.....	21
2.4. Actividades desenvolvidas.....	22
2.5. Plano de Comunicação do Projecto <i>Plugged in NOVA 2014/2015</i>	26
Considerações finais.....	36
Conclusões.....	38
Referências Bibliográficas.....	40
Anexos.....	43

Índice de Tabelas e Figuras

Figuras

Figura 1- Universidade NOVA de Lisboa reforça ligação com empresas, Fonte: Plano Estratégico da Universidade NOVA de Lisboa, Diário Económico, 31 de Março de 2014

Figura 2- Site oficial da Universidade NOVA de Lisboa secção Empreendedorismo

Figura 3- Logótipo do Gabinete de Empreendedorismo da Universidade NOVA de Lisboa

Figura 4- Vertentes para as quais o Gabinete de Empreendedorismo da Universidade NOVA de Lisboa se direcciona

Figura 5- Ideias há muitas mas quais são as boas? António Lucena de Faria, CEO da Methodus e fundador da fábrica de *startups*. Imagem retirada do livro a alma do negócio, um guia prático para os empreendedores em Portugal

Tabelas

Tabela1- Indicadores de impacto/ avaliação das reacções pelos respectivos jovens, Fonte de pesquisa de Impacto – IDT /2003

Tabela 2- *links* das redes sociais

Tabela 3 - Prémios e Patrocínios NOVA *Idea Competition*

Tabela 4- Logótipo do programa utilizado para eventos

Tabela 5 - Logótipo utilizado para o projecto *Plugged in* NOVA

Tabela 6 - Logótipo da *Newsletters* NOVA Empreende

Tabela 7- Calendarização das fases do Programa *Plugged in* NOVA

Tabela 8- Entidades que promovem Empreendedorismo: Benefícios para a comunidade da 1ª fase

Tabela 9 - Plano de Comunicação 2014 (resumo)

Tabela 10 - Orçamento/ Análise dos montantes necessários para a realização do Plano estratégico de Comunicação

Esquemas

Esquema 1- Objectivos do Programa *Plugged in* NOVA

Introdução

Em três anos, a Universidade NOVA de Lisboa duplicou o número de *Startups*¹ e empresas criadas na Universidade e conseguiu duplicar o número de parcerias com empresas. Em tempo de crise esta academia aumentou a captação de receitas próprias, que representam já 60% do seu orçamento apesar da redução drástica das transferências do Orçamento do Estado.

Graças ao Gabinete de **Empreendedorismo**² da Universidade NOVA de Lisboa, todas as metas previstas para 2016 foram ultrapassadas em número de parcerias com empresas, criação de *startups* e captação de receitas próprias. A Universidade NOVA de Lisboa e o Gabinete de Empreendedorismo traçaram um retrato da evolução das principais metas a atingir, à semelhança do que é feito nas melhores universidades do mundo.

É neste sentido que o Gabinete de Empreendedorismo visa reforçar laços com as empresas de modo a incentivar os jovens a despertarem o seu espírito criativo e **empreendedor**³ com um forte apoio e uma notável base de dados para os membros da Comunidade NOVA onde os alunos poderão aprender a fazer um *pitch*⁴, compreender o que é o conceito de **inovação**⁵ e sobretudo criar um Plano de Negócios nos projectos

¹ “É uma empresa em fase embrionária, geralmente no processo de implementação e organização das suas operações. Pode não ter ainda iniciado a comercialização dos seus produtos ou serviços, mas já está a funcionar ou, pelo menos, em processo final de instalação. (...) As *start-ups* diferenciam-se, geralmente, por serem empresas muito dinâmicas e com um potencial de crescimento acelerado que, muitas vezes, resulta da sua ligação às universidades e laboratórios e à utilização e aplicação da sua tecnologia e *know-how* no mundo empresarial”. Por Ana Taborda a 1 de Dezembro de 2006, Diário de Notícias

² “O empreendedorismo recorre a características inerentes ao processo de capacitação pessoal e social que se revelam essenciais para o desenvolvimento pessoal e integração social, para além de potenciar a criatividade e inovação, a capacidade de intervenção e de adaptação à evolução e portanto a capacidade de fazer uso mais eficiente dos recursos, com consequências importantes a nível da cidadania, a nível social e económico, emprego e realização pessoal. (...)” Uma escolha de futuro: Empreendedorismo e capacitação dos jovens por Rosário Farmhouse. P 4.

<https://www.igfse.pt/upload/docs/2013/ManualUmaEscolhadeFuturoempreendedorismoJOVENS.pdf>

³ “(...) Este espírito de equipa, de partilha, entre os empreendedores é determinante e é essencial reconhecer que isto tudo se baseia em “TRUST” entre os membros da equipa colegas e outros representantes dentro do ecossistema(...) O espírito para trabalhar em equipa é essencial nos EUA e, em Portugal, isso parece-me mais difícil. Esta faceta é muito importante para o empreendedorismo, pois é esta atitude que resulta da capacidade de partilhar e de unir forças que faz o empreendedor. “Obra: A alma do negócio: Um guia prático para os empreendedores em Portugal, 2013, por Charles Buchanan ex. administrador da FLAD. P.5 e 6.

⁴ “In the art of start – Guy Kawasaki “(...) *entrepreneurs, the salient phrase is I pitch, therefore I am*”. *Pitching isn’t only useful for raising money-it’s an essential tool for reaching agreement on any subject (...) Explain the relevance at what you do (...)pitch over and over again until you get right(...)*”.

⁵ P. 39 e 40 por Bill Aulet e Fiona Murray em Obra: A alma do negócio: Um guia prático para os empreendedores em Portugal, 2013 “Por inovação entende-se novas ideias para o mundo, ao nível técnico, de mercado ou do modelo de negócio. A noção de ser orientado pela inovação é fundamental, na medida em que

coordenados pelo gabinete (como é o caso do *One Academy* e do *NOVA Idea Competition*). O projecto *Plugged in NOVA*, que será apresentado no ponto 2.5 servirá para esse propósito, de modo a apoiar as ideias empreendedoras de ex-alunos e alunos.



Figura 1-Universidade NOVA de Lisboa reforça ligação com empresas

Fonte: Plano Estratégico da Universidade NOVA de Lisboa, Diário Económico, 31 de Março de 2014

A *One Academy* e o *NOVA Idea Competition* são exemplos concretos de projectos inovadores da UNL incentivando ao empreendedorismo sendo o meio pelo qual o Gabinete de Empreendedorismo tenta apelar aos jovens para que não desistem das suas ideias e projectos. Com estes diversos projectos de que o Gabinete de Empreendedorismo tem vindo a debruçar-se, os alunos passam a ter a possibilidade de interagir as diversas áreas científicas sendo um mais-valia para uma equipa empreendedora.

A criação de uma incubadora de Empresas em Lisboa – *Startup Lisboa*- foi também uma das medidas de desenvolvimento do empreendedorismo. Esta assentou numa iniciativa empresarial virada para a criação de emprego, através da combinação de infra-estruturas e serviços de apoio especializados contando com aprovação da Câmara Municipal de Lisboa (CML).

ênfata a consciência do empreendedor para a necessidade de construir uma vantagem competitiva, que para um empreendedor só se pode concretizar quando pega nos recursos de hoje e faz algo de diferente com eles”.

A sua implementação contribuiu para posicionar Lisboa como uma das cidades mais avançadas na promoção do empreendedorismo.

A incubadora *Startup* Lisboa ocupa actualmente um lugar de destaque na rede de incubadoras da cidade. Em dois anos instalaram-se já 54 *Startups*, com mais de 150 pessoas empregadas. Alguns exemplos: Vertty, Style in a Box, Latitid, Portugal Inside, Fora, 360 Imprimir, Erasmus Palace Lisboa, Yonest - True Yogurt, HomeLovers, Boas Notícias, Chippers, Daring Project, Yap Break, NATA Lisboa entre outros.

O projecto Lisboa Empreende é um grande projecto apoiado pela CML que permite uma resposta personalizada a todos aqueles que têm uma boa ideia para a cidade de Lisboa.

Em termos de formato estrutural, o presente Relatório apresenta uma introdução referente às principais temáticas discutidas ao longo deste documento, em especial o papel do Empreendedorismo na sociedade e na educação e a sua promoção na sociedade cívica, destacando os eixos temáticos de actuação as competências-chave a desenvolver e a sua operacionalização.

No Capítulo I são apresentadas as linhas gerais de orientação do respectivo relatório tendo em contas as diferentes perspectivas teóricas de que o empreendedorismo é sujeito e o papel do Empreendedorismo em Instituições de Ensino isto é a nível educacional.

O Capítulo II aborda os objectivos do respectivo estágio, a respectiva instituição e a sua missão, as actividades desenvolvidas e, por fim, com especial relevância, o Plano de Comunicação do Projecto *Plugged in NOVA*, projecto este que assumiu especial importância ao longo do Estágio.

Capítulo 1

1.1 – Empreendedorismo: Diferentes Perspectivas Teóricas

A definição de “empreendedor” possui diversos formatos, em que “empreendedorismo” é um conceito com várias interpretações e diferentes formas de se definir. Para uns assenta na satisfação dos seus desejos e ideias tendo em conta os respectivos riscos com que se deparam. “É um processo pelo qual os indivíduos buscam oportunidades, organizam os recursos necessários e, por meio da inovação, abrem o seu próprio negócio, assumindo os respectivos riscos e recompensas do empreendimento e satisfazendo as suas necessidades e desejos” (Robbins, 2001, p.205-233).

Para outros, a necessidade é a razão do início de um projecto ou negócio. “Existem dois tipos básicos de empreendedores: os que empreendem por oportunidade e os que empreendem por necessidade. Os empreendedores por oportunidade enxergam o que falta no mercado e as novas tendências como negócios a serem explorados, enquanto que os empreendedores por necessidade têm por objectivo superar um momento difícil pelo qual estão passando” (Wyer, 2004, p. 12-128).

Mediante a importância do empreendedorismo para o desenvolvimento económico das nações os estudos sobre a temática, têm sido objecto de análise sistemática, principalmente nos países em desenvolvimento. Assim, o chamado “empreendedorismo por necessidade” tende a ser maior nos países em desenvolvimento, nos quais a dificuldade de inserção no mercado de trabalho aumenta a busca por alternativas e soluções isto é por uma saída de sucesso.

Nesse sentido, o tema do empreendedorismo tem sido objecto de estudo em diferentes áreas do conhecimento, como a economia, a psicologia e a sociologia. Os pesquisadores de cada área defendem perspectivas distintas em relação ao assunto.

No que respeita ao **empreendedorismo social**, há que saber distingui-lo do **empreendedorismo empresarial**, com diferenças evidentes. “Importa aqui referir que empreendedorismo social é a introdução de princípios e ferramentas de gestão em organizações que têm fins sociais de forma a tornar as mesmas mais sustentáveis, reinvestindo os “lucros” na organização para a prossecução da sua missão de forma a não confundir o conceito com actividades sociais ou só porque é realizado junto de contextos vulneráveis. O empreendedorismo social e colectivo produz bens e serviços para a comunidade, tendo o seu foco na procura de soluções para os problemas sociais e visa

resgatar pessoas da situação de risco social e promovê-las, tendo como medida de desempenho o impacto social. O empreendedorismo empresarial é individual e voltado à produção de bens e serviços para o mercado e visa satisfazer as necessidades dos clientes e ampliar as potencialidades do negócio, tendo como medida de desempenho, o lucro”⁶.

1.2 Educação Empreendedora: Empreendedorismo em Instituições de Ensino

A prática do empreendedorismo mostra-se cada vez mais frequente como opção de carreira, frente às dificuldades socioeconómicas que se vivem em Portugal causa da redução de oportunidades para aqueles que querem ingressar no mercado de trabalho.

Constata-se, deste modo, a importância do Empreendedorismo nas instituições de ensino, para incentivar os estudantes a aderirem à actividade empreendedora.

O Empreendedorismo contribui não só para o desenvolvimento socioeconómico, como também para uma maior participação cívica. Educar para o empreendedorismo deve ser, portanto, umas das prioridades de todas as instituições educativas, não sem o apoio inestimável e a participação activa de organizações, cidadãos, empresas e outros actores sociais de relevo.

A educação em empreendedorismo pode assentar em três papéis importantes no desenvolvimento de uma sociedade mais empreendedora (Redford, 2006, p. 7).

- 1- “O empreendedorismo é apresentado como uma opção de carreira concreta e possível, ao desenvolver mentalidades mais criativas e ferramentas que facilitam a criação de novos negócios”;
- 2- “A educação em empreendedorismo facilita o domínio da técnica e o desenvolvimento das competências pessoais e sociais necessárias a uma carreira de sucesso”;
- 3- “Os encarregados de educação, os investigadores e os educadores assumem um papel importante, ao multiplicar o conhecimento associado ao empreendedorismo”;

Um dos objectivos centrais na educação em empreendedorismo é o desafio de “gerar mais rapidamente uma maior variedade de ideias de como explorar uma oportunidade de negócio, e a capacidade de projectar uma sequência mais abrangente de acções para iniciar e se gerir um negócio” (Vesper & Mullan, 1988, p. 5).

⁶ Rosário Farmhouse in *Manual para os técnicos: Uma escola de futuro, empreendedorismo e capacitação dos jovens*, <https://www.igfse.pt/upload/docs/2013/ManualUmaEscolhadeFuturoempreendedorismoJOVENS.pdf>, consultado em 30-Jun-2014.

A contribuição de programas de empreendedorismo para jovens é deste modo essencial como meio de formação de uma nova mentalidade sendo uma alternativa de sustentabilidade e desenvolvimento da capacidade de empregabilidade.

Contudo, há ainda trabalho a desenvolver para implementar a educação em empreendedorismo nos dias de hoje sobretudo na camada mais jovem.

Ainda assim, nos últimos anos, tem havido um investimento considerável quer por parte da União Europeia quer do Governo de Portugal. Este investimento deve traduzir-se, cada vez mais, na promoção do empreendedorismo de qualidade nas universidades – como é o caso do Gabinete de Empreendedorismo da Universidade NOVA de Lisboa – com vista a produzir um maior impacto, a longo prazo.

Com base no estudo sobre o Projecto Empreendedorismo na Escola, iniciado em 2001 e terminado no ano 2003, contando com 10.511 jovens da escola pública do estado do Ceará – desenvolvido através da parceria entre SEBRAE/CE (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro empresas) e FAJECE (Federação das Associações de Jovens do Estado do Ceará) assente numa iniciativa local surgiram várias interpretações relativamente ao papel do empreendedorismo na educação e desenvolvimento pessoal dos jovens. O que é facto é que tais resultados alcançados pelo programa demonstram que os programas de empreendedorismo são sem dúvida uma mais-valia no ramo educacional de modo a estimular comportamentos empreendedores às respectivas gerações. Tal estudo de caso levantou várias questões, entre elas: Como é que os programas de educação empreendedora direccionados para os jovens contribuem para a sedimentação de comportamentos empreendedores e a geração de resultados económicos?

O referido estudo – **tabela 1** – comprova que de facto o desenvolvimento do comportamento empreendedor nos jovens a nível educacional - isto é, como disciplinas extracurriculares – é sem dúvida uma mais-valia para o desenvolvimento do adolescente e para a sua formação profissional, bem como requisitos para a educação empreendedora, uma vez que se parte do pressuposto hipotético de que as principais contribuições alcançadas por programas dessa natureza são basicamente de dois tipos: uma de curto prazo; que podem ser percebidas mediante as mudanças comportamentais imediatas e, de longo prazo, no que respeita à formação de uma nova cultura e mentalidade como alternativa face a problemas sócio- económicos com que se defrontam.

Como resultado das acções iniciadas em 2001, o projecto contou com 10.511 alunos de 115 escolas, envolvendo 70 municípios de todo o estado do Ceará.

A Tabela 1 apresenta, do ponto de vista de mudança comportamental, os indicadores de resultado alcançados pelo Projecto. Tais dados apontam para uma mudança de comportamento e percepção dos jovens sobre si próprios, uma vez que 95% dos entrevistados identificou uma melhoria de auto-estima e 78% ressaltou maior interesse nas actividades escolares sendo significativas como resultados e indicadores para aqueles que participaram no projecto. Tal projecto é exemplo de uma enorme contribuição e estimulação aos jovens a fazerem pensar sobre o seu futuro profissional incentivando os mesmos a abrirem pequenas empresas, na medida em que 84% dos alunos do universo pesquisado manifestaram interesse em abrir um negócio e 85% já pensavam num projecto para o futuro.

Dever-se-á apostar na educação em empreendedorismo mas não só em Universidades como também em escolas básicas e secundárias. “O papel da educação em empreendedorismo não deveria ser desempenhado apenas nas Universidades, mas também pelas escolas básicas e secundárias, expondo os jovens aos conceitos de empreendedorismo numa fase inicial da sua educação. É importante incutir-lhe a ideia de que, com trabalho árduo, um bom planeamento e sólidas capacidades, é possível tornarem-se um exemplo de sucesso no mundo do trabalho. No entanto em Portugal a Educação para o empreendedorismo é uma área relativamente nova em todos os graus de ensino. Verifica-se actualmente a necessidade de alargar a colaboração entre a sociedade civil e o Estado, ao nível do desenvolvimento da Educação para o empreendedorismo. A definição de políticas nesta área é muito complexa e transversal, exigindo medidas que advenham de uma estratégia Nacional concertada e coordenada entre os *stakeholders*, que garanta o acompanhamento e a avaliação contínuos dos seus impactos e que se centre na sustentabilidade do empreendedorismo em Portugal (Redford, 2006, p. 229).

Tabela1: Indicadores de impacto/ avaliação das reacções pelos respectivos jovens

Resultados	Valor em %
Melhoria de auto-estima	95,36
Maior interesse nas actividades escolares	77,71
Melhoria nas relações familiares	54,80
Interesse em abrir um negócio	84,07
Projecto para o futuro	85,29

Fonte de pesquisa de Impacto – IDT /2003

1.3 O Papel da comunicação num contexto Universitário

Ao longo do estágio toda a actividade desenvolvida no âmbito da comunicação teve em consideração o ambiente vivido, isto é: desenvolvimento de um plano de comunicação numa entidade pública. Tal plano tem como objectivo mudar percepções sobretudo nos estudantes a longo prazo, dando conhecimento dos recursos que o Gabinete dispõe e todo o seu apoio.

O sector de ensino superior tem vindo a evoluir sobretudo a nível internacional ao nível das estratégias de marketing de várias Universidades, como acontece com a Universidade Nova de Lisboa. *“The word University itself subsumes a notion of the universe, a place where scholars generate and develop knowledge and understanding about the world both as individuals and as communities of people with similar interests. However, globalization, the process an state of interdependence between nations resulting in the increased movement of goods, services, people and ideas around the world, is often associated with the emergence of the idea of internationalization in higher education”* (Maringe & Gibbs, 2009, pp. 82-83).

No entanto, não basta apenas uma boa estratégia de marketing e publicidade no desenvolvimento das Universidades, mas sim garantir condições favoráveis e vantagens às respectivas partes interessadas ou melhor os estudantes, *stakeholders*, acabam por ser clientes – *customers*.

De facto, os estudantes assumem um enorme papel na medida em que são o ponto de passagem das diversas estratégias de marketing e comunicação como sendo um meio mais rápido de transmitir ideias, projectos através da publicidade e do marketing.

Contudo, algumas críticas são levantadas no que respeita à temática da emergência do marketing no ensino superior – onde os estudantes muitas das vezes são encarados apenas como clientes – onde se levanta um choque de valores entre o mundo de negócios e o mundo educacional. *“Critics of marketing in education and higher education in particular have focused their arguments on the notion of what we could call an incompatibility theory, based on what they see as a clash of values between the world of business of business and the arena of education”* (Smith *et al.*, 1995, apud Maringe & Gibbs, 2009, p. 29).

Capítulo 2

2.1 Objectivos do Estágio

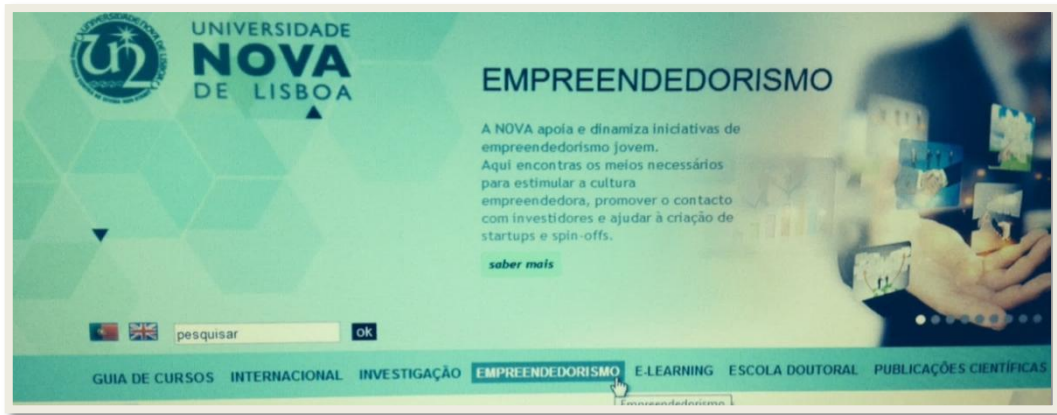


Figura 2- Site oficial da Universidade NOVA de Lisboa secção Empreendedorismo

O presente estágio pressupõe deste modo desenvolver a maneira de pôr em prática o empreendedorismo atingindo todos os jovens interessados em desenvolver os seus projectos. A comunicação e publicidade do Gabinete de Empreendedorismo foi assim crucial para o reconhecimento e prestígio do seu trabalho. Redes sociais e programas de apoio aos projectos como o *One Academy* foram as ferramentas mais utilizadas para dar a conhecer a qualidade e todo o trabalho desenvolvido no Gabinete de Empreendedorismo durante o período de estágio com duração de três meses, onde a presença do Professor Paulo Pinho e todo o trabalho realizado pela Dra. Joana Mendonça foi crucial para concretização dos objectivos do projecto *Plugged in NOVA*.

Nunca foi tão fácil criar um novo negócio com potencial de crescer do zero a infinito em pouco tempo, e nunca foi tão barato desenvolver um produto de base tecnológica. Da mesma forma que as Universidades técnicas e de gestão preparam gerações de profissionais qualificados e dão ferramentas e bases de trabalho, foi também preciso encontrar um modelo de capacitação de novos empreendedores e processos que permitissem guiar a acção de forma acelerada e eficaz.

Hoje em dia, existem cerca de 2000 programas de aceleração a nível mundial, capacitando milhares de empreendedores, investindo centenas de milhões de euros e criando milhares de novos postos de trabalho.

Portugal, nomeadamente Lisboa, Porto, Braga e Coimbra, começa a ser um ecossistema empreendedor dinâmico, e a produzir alguns resultados concretos, o que tem merecido o crédito de várias publicações internacionais.

Estando a Licenciatura longe de garantir emprego nos dias de hoje, o Gabinete de Empreendedorismo da Universidade Nova de Lisboa veio proporcionar e facilitar o desenvolvimento e criação de negócios entre os jovens estudantes.

Paulo Pinho, Professor da Universidade NOVA de Lisboa e responsável pelo Projecto *One Academy*, aponta alguns obstáculos com que os empreendedores portugueses contudo se deparam: “Algumas são pessoas que querem fazer algo mas não têm uma ideia concreta, ou às vezes têm ideias concretas, mas não sabem, como transformar uma tecnologia num projecto empreendedor” (Pereira, 2013 em O público). O Professor afirma ainda que pretende que os alunos vão mais longe: “os currículos dos Universidade estão vocacionados para o empreendedorismo, o que pretendemos é ir mais além” (Pereira, 2013).

É notável que o conceito de empreendedorismo seja multidisciplinar visto que abrange estudantes de diferentes áreas científicas, afirma o mesmo docente. “A academia, que é constituída com o apoio da Optimus tem por objectivo pegar em alunos que tenham um grande potencial empreendedor e que tenham projectos para realizar e fazer isto numa perspectiva multidisciplinar, colocando alunos vindos das diferentes Universidades a trabalhar uns com os outros” (Pereira, 2013 em o Público).

Paulo Pinho incentiva e apela vivamente a criação de projectos inovadores, ou até mesmo ideias sensibilizando os jovens estudantes para “um perfil empreendedor”. “É bom que as pessoas apresentem ideias e as discutam. Em cada 100 anos, há uma que chega à fase de comercialização. E o facto de alguém ter uma ideia que não chega lá não tem nada de negativo” (Pereira, 2013).

Ainda assim, coloca-se a questão actual de se a crise em que se vive e a falta de empregos aumenta a propensão dos estudantes ao empreendedorismo. O professor conclui que sim sendo, apesar de tudo, uma alternativa e até mesmo uma saída nos tempos que correm, onde os jovens poderão ser donos do seu próprio negócio “O problema de Portugal é como extrair o retorno do investimento que se fez nesta geração. (...) Tradicionalmente as pessoas procuravam um bom emprego, mas o emprego bem pago começa a não existir. A segunda alternativa que damos a estas pessoas é emigrar. Só há outra maneira de os fixar em Portugal: ajudá-los a criar o seu negócio” (Pereira, 2013).

2.2 A Instituição

O Gabinete de Empreendedorismo da Universidade Nova de Lisboa tem como objectivo principal a criação e desenvolvimento de um Ecossistema Empreendedor dentro da Universidade através do envolvimento de várias entidades fornecendo um conjunto de ferramentas focadas na implementação das suas ideias de negócio e de uma rede de contactos alargada, explica a Dra. Joana Mendonça – Coordenadora do Gabinete de Empreendedorismo. O objectivo principal do Gabinete é assim promover o espírito empreendedorismo de modo a ajudar os estudantes, investigadores e professores a criarem o seu próprio negócio.

Conciliando a Academia e o mundo dos negócios, o Gabinete ajuda na criação de soluções e no acesso a ferramentas para responder às necessidades dos diversos projectos. Assim, é crucial a aproximação aos empreendedores, espalhados pelas nove Unidades Orgânicas (UOs) da Universidade, para um universo total de 20.000 pessoas.

Para isso, o Gabinete de Empreendedorismo da Universidade Nova de Lisboa traçou um Projecto/Programa a ser lançado brevemente - Plugged in NOVA- tendo como objectivo na sua fase inicial a criação de novas parcerias com entidades interessadas em inovação e empreendedorismo, para estabelecer parcerias e definir como cada entidade poderá apoiar os nossos empresários de modo a, num futuro próximo vir a distinguir e reconhecer as *startups* da comunidade NOVA.

O Gabinete pretenderá ainda gerir os canais de comunicação entre empreendedores e profissionais em diferentes áreas -os seus parceiros- de modo a garantir uma participação coordenada de conhecimento e serviços disponibilizados da comunidade NOVA.



Figura 3- Logótipo do Gabinete de Empreendedorismo da Universidade NOVA de Lisboa

2.3 Missão da instituição

No sentido de se desenvolver o empreendedorismo, foi criada dentro da Universidade NOVA de Lisboa uma nova estrutura, denominada por Conselho de Empreendedorismo, na qual têm participação todas UOs que compõem a Universidade e que tem intervenção em todas as decisões relacionadas com as actividades de empreendedorismo a desenvolver, assegurando o envolvimento do universo que compõe a Universidade e a existência de um verdadeiro trabalho multidisciplinar.

O *Plugged In* NOVA é um Programa de Apoio ao Empreendedorismo para a comunidade da Universidade NOVA de Lisboa que será posto em prática em breve, de modo a apelar ao espírito empreendedor na camada jovem.

O Gabinete de Empreendedorismo é responsável por mediar o contacto entre empreendedores e parceiros do Gabinete que poderão apoiar as pequenas empresas através dos serviços que prestam. Descontos em serviços, consultoria, planos de marketing, advogados e contabilidade são apenas alguns dos serviços de que o projecto está a par.

Este trabalho vai permitir monitorizar as diversas *startups* e *spin-offs* da Comunidade NOVA através da recolha de dados que resultarão numa indexação de projectos que posteriormente poderão solicitar o Selo NOVA.

Estes recursos empresariais serão fundamentais para a motivação e aceleração do processo empreendedor que já de si é tão complexo. Tal projecto visa melhorar o desenvolvimento de empresas sustentáveis, *startups* e *spin-offs*, colmatar lacunas e sobretudo criar valor para o ecossistema e para a sociedade.



Figura 4- Vertentes para as quais o Gabinete de Empreendedorismo da Universidade NOVA de Lisboa se direcciona




2.4 Actividades desenvolvidas

O respectivo Estágio no Gabinete de Empreendedorismo da Universidade NOVA de Lisboa com a duração de três meses assentou em diversas vertentes de comunicação em especial comunicação interna de modo a espalhar a imagem e apoio do Gabinete de Empreendedorismo no Universo NOVA.

Para o desenvolvimento do trabalho de estágio neste Gabinete, foi necessário utilizar diversas ferramentas para a publicidade e marketing do mesmo:

- 1- Gestão das Redes Sociais: NOVA Empreendedorismo; *One Academy*; Gabinete de Empreendedorismo da Universidade NOVA de Lisboa: Convidar todos os amigos do perfil do Gabinete a gostarem da página do Gabinete. Exemplos *Posts* para o perfil: Sigam-nos na página do Gabinete de Empreendedorismo da UNL!; Aperfeiçoamento da imagem de perfil da página. Tipos de *Posts* (Eventos/Competitions; Iniciativas UNL; Casos de Sucesso; Pasta de *Clipping* partilhas a partir do Blog; Partilha da newsletter.)

Tabela 2- links das redes sociais

NOVA Empreendedorismo	https://www.facebook.com/NOVAempreendedorismo 
ONE Academy	https://www.facebook.com/ONEacademy?ref=hl 
NOVA Idea Competition	https://www.facebook.com/NOVAIdeaCompetition.UNL?ref=hl 

- 2- *Email Marketing* e *marketing* relacional *Costumer Relationship Marketing* (CRM) <https://us5.admin.mailchimp.com/campaigns/>:



- 3- Relações Públicas em Eventos: *NOVA Idea Competition*; *One Academy*; *Jamil Larkins*; *Next big idea* (com o apoio Banco Santander e Sic notícias); *Go Youth Conference 2014* entre outros.



- 4- O *NOVA Idea Competition* -novaidea@unl.pt- é uma iniciativa do Gabinete de Empreendedorismo da Reitoria da NOVA que pretende proporcionar aos alunos e ex-alunos da NOVA uma experiência de aprendizagem integrados objectivos principais desta iniciativa são:

- 4.1 Estimular a cultura empreendedora entre os alunos da NOVA;
- 4.2 Promover a multidisciplinaridade e o cruzamento de culturas, através da constituição de equipas compostas por alunos de diferentes unidades orgânicas da NOVA;
- 4.3 Reforçar a formação de empreendedorismo nas diferentes escolas da NOVA.

Esta iniciativa decorre de Janeiro a Maio de cada ano, período ao longo do qual decorrerão actividades de informação e de desenvolvimento das equipas intervenientes. NOVA, que poderão participar através de equipas mistas (compostas por elementos de pelo menos duas UOs diferentes). É ainda permitida a participação de alunos exteriores à UNL desde que pertençam a outra Universidade e estejam a concorrer numa equipa composta, pelo menos, por mais dois alunos com inscrição activa na UNL.

Tabela 3 – Prémios e Patrocínios NOVA Idea Competition

Prémios 1º, 2º e 3º lugar	Patrocínios
1º prémio - 8.000€ (prémio BPI) 2º prémio - 5.000€ (prémio BPI) 3º prémio - 2.000€ (prémio BPI)	

- 5- A *ONE Academy* é a academia que proporciona ferramentas base para o sucesso de jovens empreendedores. A *ONE Academy* - Optimus/NOVA *Entrepreneurship*

Academy - é uma iniciativa conjunta da Optimus e da Universidade NOVA de Lisboa visando a criação de uma academia de empreendedorismo destinada a todos os alunos desta Universidade, espalhados pelas diferentes escolas.



O objectivo fundamental é o de proporcionar aos estudantes da Universidade com ideias e projectos inovadores a oportunidade de as trabalhar em conjunto, num ambiente multidisciplinar, em experiências empreendedoras numa lógica de total orientação para o mercado.

Compreende a formação específica em matérias ligadas ao empreendedorismo, numa perspectiva fortemente aplicada, quer por aulas, quer por seminários, quer pela colaboração directa com *startups*, e, ainda, a criação de uma rede de mentores com experiência empreendedora capazes de ajudar no lançamento empresarial destes projectos.

5.1 Em paralelo, a *ONE Academy* participa na organização do *NOVA Idea Competition*, uma experiência que integra um concurso de planos de negócio com uma forte componente de formação e de *coaching*, que é apoiada pelo Banco BPI.

-<https://www.facebook.com/ONEacademy?ref=hl>

6- Eventos e Comunicação Interna através do Eventbrite

Tabela 4 -Logótipo do programa utilizado para eventos

https://www.eventbrite.pt/e/bilhetes-final-do-nova-idea-competition-11632915363	
---	--

7- Criação de uma estratégia de Comunicação para o Gabinete de Empreendedorismo para o Projecto *Plugged in* NOVA (abaixo destacado 2.5);

Tabela 5- Logótipo utilizado para o projecto *Plugged in* NOVA



Projecto <i>Plugged in</i> NOVA	
---------------------------------	--

Tabela 6- Logótipo da Newsletters NOVA Empreende

8- Gestão e Criação de *Newsletters* NOVA Empreende (abaixo destacadas, anexos 8);

<i>Newsletters</i> NOVA Empreende	
-----------------------------------	--

2.5 PLANO ESTRATÉGICO DE COMUNICAÇÃO

Projecto *Plugged in NOVA*

2014/2015

Programa de apoio a Empresas e empreendedores NOVA



Plugged in NOVA: Incentivar a comunidade de NOVA desenvolver um comportamento empreendedor real

O Gabinete de Empreendedorismo da Universidade Nova de Lisboa tem como objectivo criar e desenvolver um ecossistema empreendedor dentro da Universidade, através do envolvimento de diversas entidades. Foi então elaborado um programa de apoio ao Empreendedorismo chamado *Plugged In NOVA* que visa melhorar a ligação entre os empreendedores e a Academia. O principal objectivo é assim promover o empreendedorismo e ajudar os estudantes, investigadores e professores a criar o seu próprio negócio. Junta-se também a necessidade de criar uma base de dados que torne possível e fácil identificar onde estão e quanto tempo têm prevalecido os projectos e *startups* fundadas por todos os membros da Comunidade de NOVA.

A Universidade está geograficamente dispersa, o que torna difícil chegar a todos os alunos ao longo das nove escolas: o Gabinete localiza-se no Campus de Campolide estando apenas rodeado de três escolas (NOVASBE, ISEGI, Faculdade de Direito, Campus de Campolide).

Conciliando a academia e o mundo dos negócios, o gabinete ajuda na criação de soluções e fornecimento de ferramentas para responder às necessidades dos empreendedores.

Objectivos

O presente Plano de Comunicação visa estruturar o esforço de informar, sensibilizar e promover participação dos empreendedores e dar a conhecer aos respectivos no âmbito da comunicação estratégica do Projecto *Plugged in NOVA*. O objectivo principal assenta assim numa aposta ao ecossistema empreendedor dentro da Universidade NOVA de Lisboa de modo a incentivar os estudantes, professores e investigadores a concretizarem os seus respectivos negócios dando, deste modo, resposta às respectivas necessidades dos diversos projectos, atingindo toda uma eficiência nos processos que conduza à obtenção de bons resultados.

Este plano visa também criar meios de consolidação de uma base de dados relativamente à informação de todos os membros da Comunidade NOVA e dos seus respectivos projectos, visto que a Universidade se encontra geograficamente dispersa tornando difícil a proliferação da informação.

Esquema 1- Objectivos do Programa *Plugged in NOVA*

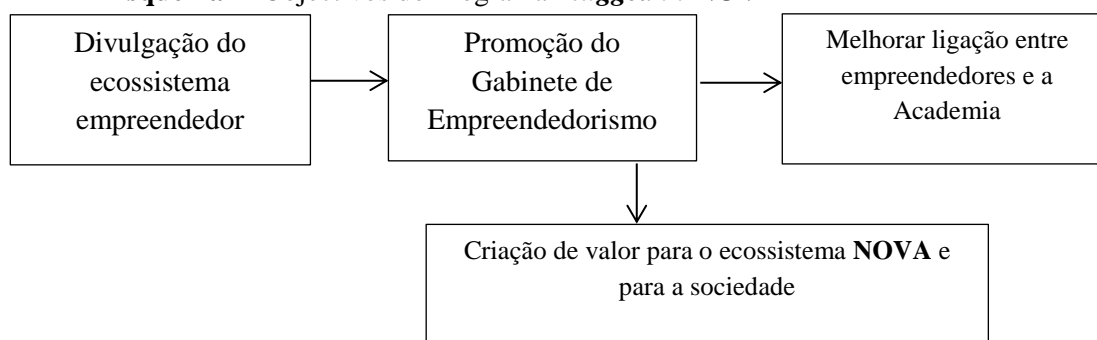


Tabela 7- Calendarização das fases do Programa *Plugged in NOVA*

1ª fase	2ª fase	3ª fase
Criação de parcerias	Plugged in NOVA <i>roadshow</i> ; Criação do portfólio da NOVA	Lançamento do livro “As startups da NOVA”; Selo “NOVA Startup”; NOVA Startup Conference
Outubro a Abril	Abril a Agosto	Setembro a Dezembro
Parcerias e promoção junto de empresas	Promoção junto das Escolas	Recolha e compilação de informação; NOVA startup Stamp

Públicos-alvo

Com este plano, pretendemos alcançar toda a Comunidade da NOVA, comunidade essa formada por ex. alunos, professores e investigadores e alunos de modo a promover o talento empreendedor. Será igualmente importante alcançarmos toda a sociedade de modo a fazer chegar não só toda a informação do mundo empreendedor como também motivar a mesma para o comportamento empreendedor, não deixando de parte os seus ideais de projecto. Assim, são grupos entre o público-alvo:

- Universidades
- Parceiros Sociais
- Empresas
- Os *Media* de informação generalista e especializada
- Público em geral

Recursos necessários

Relativamente aos recursos necessários, (os canais de comunicação em especial os digitais terão principal relevo na medida em que a maioria são jovens que contactam permanentemente com o mundo digital.

Mensagens Chave

Toda a mensagem terá de ser clara e concisa cativando os antigos membros e os futuros talentos a virem ao nosso encontro prestando desta forma um apoio permanente com o nosso Gabinete. Este projecto visa assim a promoção dos projectos não só junto dos *media* como também das empresas, empresas essas que poderão financiar e aumentar ainda mais as oportunidades pondo de parte o sentimento e obstáculos desta crise económica existente que por vezes não concede credibilidade aos pequenos e grandes talentos.

A Estratégia Comunicacional

A estratégia comunicacional assenta na credibilidade do Gabinete de empreendedorismo para a comunidade da Universidade NOVA de Lisboa permitindo uma ligação de dinâmica positiva e facilitadora de informação operacional para a concretização dos seus objectivos.

Canais de comunicação das três fases



- 1ª Fase -Parcerias com empresas e promotores de empreendedorismo





Metodologia

A primeira fase do projecto consiste no estabelecimento de parcerias com empresas e promotores de empreendedorismo. Quanto aos canais de comunicação esta primeira fase do projecto irá assentar no objectivo de cativar as entidades ao espírito empreendedor vivido na NOVA, de modo a aumentar as oportunidades de financiamento e expansão das redes de contactos, atingindo a visibilidade necessária e alcançando a mobilização dos actores beneficiários. Tal fase terá de passar pela divulgação do Programa de modo a criar parcerias com as empresas.

Para isso, o projecto de acção assentará em “*meetings*” com alguns exemplos de sucesso e respectivas entidades assentes na projecção de vídeos interactivos *Media Communication* de modo a alcançar num curto espaço de tempo grandes audiências. Caso tal projecto de acção for alcançável poderemos ver resultados a curto espaço de modo a trazer benefícios para a comunidade. Alguns Exemplos: NOVA EDP Starter, Microsoft, Câmara de Lisboa; Capital Criativo; Start Up Lisboa; Beta- i; DNA Cascais; Inesting; Busy Angels; STN; Team Genesis; SBI Consulting; Lisbopolis; AISEC.

Tabela 8- Entidades que promovem Empreendedorismo: Benefícios para a comunidade da 1ª fase

Benefícios para a comunidade da 1ª fase	
<ul style="list-style-type: none">• Microsoft: canalizar projectos para o Bizspark com recomendação do Gabinete;	
<ul style="list-style-type: none">• EDP Starter: reencaminhamento para a EDP Inovação- forma de reforçar a promoção da atracção de talento e capacidade empreendedora para o sector da energia- dos projectos da área da energia apoiados pelo Gabinete de Empreendedorismo da	

UNL; Prémios incubação na EDP Starter para os participantes na área da energia do <i>NOVA Idea competition</i> ; Acesso a networking EDP ventures- auxílio com requisitos para investimento pela EDP Venture	
<ul style="list-style-type: none"> • Câmara Municipal de Lisboa- Ponto de apoio para o Bizspark com recomendação pelo Gabinete 	
<ul style="list-style-type: none"> • DNA Cascais: Possibilidade de descontos em formação 	
<ul style="list-style-type: none"> • Capital criativo: treino de <i>pitch</i> para os projectos da NOVA 	
<ul style="list-style-type: none"> • AIESEC: Estágios Internacionais 	
<ul style="list-style-type: none"> • Inesting: <i>Mentorship</i> 	

- **2ª Fase -RoadShow para a promoção**

Metodologia

Tendo em conta a 2ª fase- *RoadShow* para a promoção- o respectivo projecto assentará na criação de uma valiosa base de dados de *startups* e melhores projectos percorrendo todas UOs da NOVA, dando a conhecer e demonstrando que o Gabinete estará disponível para apoiar e desenvolver os respectivos projectos. Durante esta fase serão documentados todos os projectos desenvolvidos pelos alunos, ex. alunos, professores ou investigadores. Como meios de divulgação, o respectivo plano irá desenvolver publicidade personalizada em feiras académicas

(*Non-Media Communication*) com bancas personalizadas dispondo aos alunos folhetos informativos/*flyers*- do Gabinete de Empreendedorismo NOVA (*Media Communication*) canetas; blocos e t-shirts personalizadas com o logótipo do Gabinete da NOVA empreendedorismo de modo a promover a publicidade do Gabinete.

- **3ª fase - Selo *Startup* – Livro “ As *startups* da NOVA”;** criação de um Selo NOVA *startup* e NOVA *Startup Conference*

Metodologia

O foco final irá assentar na distinção e promoção das *startups* da comunidade NOVA estimulando o comportamento empreendedor de modo a fornecer acesso privilegiado a novas oportunidades. O objectivo num futuro próximo assentará no lançamento do livro “ As *Startups* da NOVA” tanto a nível digital como impresso onde se pretenderá destacar a temática o que é ser um *Entrepreneur*? Assente numa breve introdução expondo a ideia de que um *entrepreneur* é quem gosta de empreender, de mudar algo, de conquistar objectivos e de que a maioria das vezes a vida do próprio não é nada fácil; o papel do Gabinete da NOVA projectando a ideia de que apoia e dinamiza iniciativas de empreendedorismo jovem e que fornece meios necessários para estimular a cultura empreendedora promovendo o contacto com os investidores e iniciativa de criação de *startups* e *spin-offs*. Numa segunda parte irá desenvolver como fazer um *pitch* e um Plano de negócios. Numa terceira fase irá destacar as *startups* de sucesso como exemplo e incentivo para os restantes jovens *startups*, (referindo a *ONE Academy* e o *NOVA idea Competition*) como por exemplo:

- **Foot by foot 2009** (que venceu a 1ª edição do *NOVA Idea Competition*);
- **CrowdProcess 2012** (que ficou em 1º lugar *NOVA Idea Competition*);
- **Suit'App 2013** (que venceu o 1º lugar do *NOVA Idea Competition*);
- **Seabookings 2013** (ficou em 3º lugar do *NOVA Idea Competition*);


E por fim o livro terminará com exemplos de inspirações/ símbolos empreendedores em Portugal que até já passaram por vários fracassos, muitos deles sucessivos, que poderiam desmotivá-los. Mas não desistiram.

A 3ª fase é marcada também pela criação do Selo NOVA *Startup* e mais tarde pela realização da NOVA *Startup conference* contando com a presença sociedade em geral isto é das partes interessadas. O projecto de acção de comunicação irá basear-se primeiro na divulgação do próprio projecto nas respectivas universidades; nas redes sociais, como o *Facebook*; criando eventos/agendamento; *Press Releases*; *E-mails* para os parceiros; cartazes de publicidade; transmissão na televisão; jornais; transmissão na rádio- *Media Communication* de modo a despertar a atenção dos jovens estudantes, a criar laços com o seu público-alvo e a dar reconhecimento do projecto a nível internacional de modo a transmitir a mensagem do que é que um empreendedor faz:



Figura 5 – Ideias há muitas mas quais são as boas? António Lucena de Faria, CEO da Methodus e fundador da fábrica de *startups*. Imagem retirada do livro a alma do negócio, um guia prático para os empreendedores em Portugal

Tabela 9 - Plano de Comunicação 2014 (resumo)

Projecto Plugged in NOVA 2014/2015 	1ª fase Parcerias com Empresas e promotores de empreendedorismo	2ª fase Roadshow – Criação de base de dados e recolha de informação /disposição de serviços	3ª fase Selo Sarttup – Livro e criação de um Selo NOVA startup; NOVA Startup Conference
Missão	Promoção com as entidades interessadas em empreendedorismo	Criação de uma valiosa base de dados de startups e melhores projectos	Lançamento do livro “As Startup da NOVA” + Selo NOVA Startup
Público -alvo	Empresas: EDP; Microsoft; Câmara de Lisboa; Capital Criativo etc.	Alunos, ex alunos, professores ou investigadores	Sociedade em geral “Stakeholders”
Objectivos	Dar a conhecer o programa <i>Plugged in NOVA</i>	Mapear todas as startups e <i>spin – offs</i> para atracção de investidores	Promoção dos nossos empreendedores, entender o valor que acrescentam à sociedade
Método de comunicação	Meetings com alguns exemplos de sucesso e entidades; Projectção de vídeos interactivos dos mesmos	Feira com Bancas personalizadas; <i>flyers</i> ; Material Publicitário (blocos e canetas)	Divulgação do projecto nas Universidades NOVA; Lançamento livro plataforma digital e manual; Redes sociais; anúncios na Imprensa nacional e internacional; <i>Press Releases</i> aos parceiros; <i>E-mail marketing</i> ; Cartazes de publicidade; anúncio Tv; <i>Newsletter</i> ; Site; rádio;
Quando	Outubro a Abril	Abril a Agosto	Setembro a Dezembro
Materiais a criar	<i>Power points-ptt</i> ; vídeos com casos de sucesso	Criação de <i>flyers</i> ; canetas; blocos e t-shirts	Livro manual e digital -anúncios imprensa nacional e internacional -cartazes de



			publicidade; anúncios TV; <i>newsletter</i> ; rádio; <i>press releases</i> aos parceiros
Materiais a produzir	Impressão dos ppt quantidade/150 com informação do plano; Produção dos clips (3 clips com 10 minutos para cada caso de sucesso) Ou Via <i>skype</i> (gratuito)	<i>Flyers</i> para universo da NOVA (20.000 px); canetas; blocos; <i>rollups</i> com logo já existente “NOVA empreendedorismo” nas 9 universidades; <i>t-shirts</i> 	Livro Manual e o digital; <i>roll ups</i> para conferência blocos e canetas; livros para conferência; cartazes de publicidade junto das Universidades (9); anúncio tv e rádio com <i>sponsor</i> ainda por definir; Newsletters; <i>press releases</i> aos parceiros

Tabela 10 – Orçamento/ Análise dos montantes necessários para a realização do Plano estratégico de Comunicação

Orçamento	
1ª fase	Total
Projecção de vídeos interactivos (10 minutos por cada caso de sucesso – apresentação de 3 casos)	1.500 Euros
<i>Meetings</i> – Impressão dos ppt /quantidade-150 com 30 páginas a cores	250 Euros
2ª fase	Total
Feira com Bancas personalizadas: <i>flyers</i> para o Universo NOVA (20.000 pessoas) ou seja produção de 15.000 a cores	500 Euros
Blocos com logo do gabinete NOVA empreendedorismo mais canetas produção 15.000 a cores/estampado	3000 Euros
<i>Roll ups</i> : 2 por cada banca nas 9 universidades: 18 a cores	1.440 Euros
<i>t-shirts</i> com logo do Gabinete – 15.000 a cores (4 tamanhos :S,M,L XL)	56.000 Euros
3ª fase	Total
Produção do selo “NOVA <i>start up</i> ” em formato autocolante 15.000	2.300 Euros
2 <i>roll ups</i> para NOVA <i>start up Conference</i>	160 Euros

Produção do Livro “ <i>As startups da NOVA</i> ”	16.000 Euros
<i>Flyers</i> informativos à entrada da conferência 200	20 Euros
Produção de blocos mais canetas para conferência 200 de cada	400 Euros
Cartazes junto das universidades a projectar o programa <i>Plugg in</i> – 9 cartazes grandes á entrada	250 Euros
Anúncio Tv	<i>Sponsor</i>
Anúncio Rádio	<i>Sponsor</i>

Considerações finais

Ao longo do estágio, fui tentando compreender de forma clara o conceito de Empreendedor ou *Entrepreneurship* e o seu significado. Compreendi que todos os jovens têm um “bicho empreendedor”, mas é preciso despertá-lo, isto é, sem o apoio do Gabinete de Empreendedorismo da Universidade NOVA de Lisboa, muitos talentos encontravam-se ainda por descobrir. Foi nesse sentido que encarei a minha missão neste Estágio com duração de três meses: despertar o espírito empreendedor nos mais novos e mostrar que tinham o apoio do Gabinete de Empreendedorismo de forma a facilitar a forma como punham as ideias de negócio em prática. A *ONE Academy* e o *NOVA Idea Competition* foram exemplos práticos da missão do Gabinete: estimular os jovens em todas as UOs da NOVA e não só englobando as mais variadas áreas e incentivando os estudantes a formarem equipas sobretudo heterógenas pois são estas que atingem o sucesso.

Empreendedor é quem gosta de empreender, de mudar algo, de conquistar objectivos, onde a palavra tem tudo a ver com o teu próprio ser.

Ao contrário do que muita gente pensa, empreendedores não são aqueles que apenas abrem negócios mas sim aquelas pessoas que conseguem provar que tudo é possível com muito empenho, desde as coisas mais básicas e simples até à construção de novas ideias, metodologias e a prática de toda uma ideia empreendedora.

De entre vários pilares de que o empreendedor deve assentar para além da mudança é o fracasso isto é: errar. Mas errar para um empreendedor deverá ser interpretado no sentido positivo isto é um caminho para o sucesso.

Conhecimento tecnológico e em gestão; experiência no sector; capacidade de aprendizagem; desejo de independência e vontade de realizar; visão; gestão eficaz do tempo; habilidades em comunicação e em vender o seu projecto; rede de contactos nos meios científicos, financeiros e de negócios e disponibilidade de recursos financeiros oriundos de variadas fontes entre outros são os principais factores que contribuem para o sucesso na criação de um *spin-off* universitário.

“Portugal é hoje um país integrado num espaço político, económico, social e cultural caracterizado por altos *standards* que constituem as referências de uma grande parte das organizações e dos cidadãos (...) A criação de riqueza está, por seu lado directamente relacionada com um conjunto de factores de que destacam a capacidade para inovar e a capacidade para introduzir nos mercados novos produtos, novos serviços e novas oportunidades (...). Inovar é, neste mundo moderno e globalizado, uma palavra-chave que

traduz um conceito e um contexto de mudança que atravessa as organizações e que assenta num conjunto de pressupostos que importa analisar e sobre os quais devemos reflectir aprofundadamente”, afirmava Eduardo Marçal Grilo⁷.

Questões como “qual a importância da educação para o empreendedorismo?”, “Quais são as competências essenciais para empreender?”, “Como se pode incorporar o empreendedorismo no processo de aprendizagem/ensino?” são tidas em conta nos dias de hoje onde profissionais de educação, que visam o empreendedorismo no contexto escolar, esforçam-se para dar respostas claras, sobretudo à comunicação e aos *media*, de forma a esclarecer e incentivar cada vez mais esta temática nos dias de hoje pela especial importância que assume a nível escolar e educacional.

Reconhecer a importância do espírito empreendedor; valorizar e desenvolver as competências-chave para o empreendedorismo; utilizar métodos de desenvolvimento do espírito empreendedor no contexto escolar; potenciar qualquer aprendizagem curricular como uma oportunidade de desenvolvimento do empreendedorismo são metas a atingir pelos respectivos projectos educacionais de incentivo ao empreendedorismo nas escolas de modo a mobilizar e incentivar a participação e acção cívica na sociedade (Pereira, 2007, pp. 9-10). No entanto, questões como “O futuro de Portugal reside no empreendedorismo?” ficam por responder. A verdade é que Portugal tem valores excepcionais para atrair novas empresas, nomeadamente em termos de perspectivas geopolíticas ou de recursos naturais e do mar. (Buchanan, 2013, p. 8).

Nos últimos três anos, desenvolveu-se em Portugal uma economia subterrânea de *startups* que criam novos produtos e serviços que se destacam a nível mundial. Em simultâneo, vive-se uma nova moda em que se acredita que, através da promoção do empreendedorismo, todos os males do país se resolvem. E assim se multiplicam os seminários, eventos, concursos, prémios à volta do empreendedorismo. Mas acreditar que criar um negócio é um passaporte para uma vida melhor pode ser uma falácia, assim como acreditar que o empreendedorismo é a solução para o desemprego em Portugal (Ramos, 2013 p. 9).

⁷ Este texto tem como base uma intervenção feita em 16 de Maio de 2007, numa Conferência da COTEC, realizada na CULTURGEST em Lisboa. Disponível em http://juventude.gov.pt/Emprego/InovaJovensCriativos/Documents/Guiao_Promocao_Empreendedorismo_escola_DGE.pdf, consultado em 15-Maio-2014.

Conclusões

A oportunidade que me foi proporcionada pelo Gabinete de Empreendedorismo da Universidade NOVA de Lisboa serviu para reforçar os meus conhecimentos adquiridos no Mestrado em Ciências da Comunicação, em especial na vertente de Comunicação Estratégica.

O plano de Comunicação que desenvolvi especificamente para o Projecto *Plugged in* NOVA permitiu compreender que todo um projecto sobretudo académico necessita de um grande apoio dos alunos para se chegar aos fins pretendidos a longo prazo. Isto é toda a promoção do respectivo Gabinete só é tido como sucesso com a ajuda e apoio dos alunos, sem o que não seria possível.

Relativamente às actividades a que me propus realizar no respectivo estágio, todas assentaram essencialmente numa vertente de comunicação estratégica, tais como marketing nas redes sociais.

A meu ver, ser-se empreendedor nos dias é quase como que uma “moda”; no entanto, há que saber destacar-se perante a competitividade vivida no mundo empresarial. Neste sentido, o próprio Gabinete aposta no sucesso dos projectos aí apresentados.

Muitos consideram empreender uma arte, mas há que não esquecer que o empreendedorismo é essencial para a renovação da própria economia do país. A inovação assume especial relevância, em que os alunos deverão satisfazer as necessidades das respectivas *start - ups* como meio de inserção no mundo profissional. O *Google*, *Facebook* e *Apple* são exemplos disso pois não apenas empreendem como também inovam.

A meu ver, o Gabinete de Empreendedorismo da Universidade NOVA de Lisboa tem vindo a prestar um excelente trabalho na medida em que apoia uma plataforma de investimento e contactos com diversas entidades – entidades de empreendedorismo, investidores, programas de financiamento, incubadoras –, disponibilizando à comunidade académica da NOVA os recursos existentes para a criação e prossecução de qualquer projecto ideia ou empresa.

Os concursos realizados a que assisti – como a *One Academy* e o *Nova Idea Competition* – são exemplos concretos de sucesso e apoio na organização dos projectos apresentados pelos respectivos alunos de modo a que estes sintam confiança para prosseguir e pôr em prática as suas ideias inovadoras e até mesmo construírem as suas *startups*, aprendendo deste modo a serem empreendedores mais conscientes, capazes e bem-sucedidos.

Infelizmente, muitos alunos não têm a noção do grande trabalho que o respectivo gabinete desenvolve. Um dos grandes desafios com que me deparei ao longo do estágio foi precisamente divulgar o apoio do mesmo aos alunos da Universidade NOVA através dos meios digitais de modo a promover todo um ecossistema empreendedor através do envolvimento de várias entidades.

Ao longo do estágio, apercebi-me de que a actuação do Gabinete de Empreendedorismo (em conformidade com as decisões tomadas pelo Conselho de Empreendedorismo) assume um excelente trabalho na promoção da cultura de empreendedorismo não só para os alunos interessados como também para aqueles que ainda estão por descobrir os seus talentos.

Tudo isto me ajudou a desenvolver experiência profissional que me é útil no presente e certamente no futuro, onde a inovação e originalidade têm de estar sempre presentes: desenvolver para estabelecer e alcançar melhorias pessoais; interligar, desenvolver e manter uma rede de relacionamentos; controlar e compreender a inovação e saber actuar e comunicar eficazmente.

Bibliografia

- Blank, S et al. (2013) A alma do negócio: Um guia prático para os empreendedores em Portugal. Sabedoria Alternativa
- Birley, S.; Stockley, S. Entrepreneurial teams and venture growth. In: SEXTON, D. L.; LANDSTRÖM, H. (Ed.). The blackwell handbook of entrepreneurship. Oxford: Blackwell, 2000. p. 287-307
- Maringe, F; Gibbs P. (2009). Marketing Higher Education: Theory and Practice. New York, Open University Press
- Redford, Dt. (2009) The State of Entrepreneurship Education in Portugal- an empirical study on a nascente system in the European Union policy framework. Tese de Doutoramento, ISCTE - Instituto Universitário de Lisboa
- Robbins, S. R.; Duncan, R. B. (1988). “The role of the CEO and top management in the creation and implementation of strategic vision”. In: Hambrick, D. C. (Ed.). *The executive effect: concepts and methods for studying top managers*. London: Jai Press, pp. 205-233.
- Tupman, S. (2006). “Why entrepreneurs should eat bananas: 101 inspirational ideas for growing your business”, *Marshall Cavendish Business*,
- Vesper, K. H., & McMullan, W. E. (1988), “Entrepreneur Today courses, tomorrow degrees?”, *Entrepreneurship Theory & Practice*, 13(1), 7-13.
- Wyer, P.; Mason, J. (1998). “An organisational learning perspective to enhancing understanding of people management in small businesses”. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research Bradford*, v. 4, n. 2, pp. 12-128.

Artigos

- Ana Taborda acedido a 15 de Maio por, publicado em 2006, acedido a 10 de Maio de 2014
O que é uma Start Up?
http://www.gesentrepreneur.com/pdf/o_que_e_uma_start_up.pdf
- Fernando Gimenez e outros, 2010 Editora Universitária Champagnat, acedido a 10 de Maio de 2014. Empreendedorismo e estratégia de empresas de pequeno porte;
<https://www2.pucpr.br/ebook/9788572922043.pdf#page=43>
- Miguel Mata Pereira, José Soares Ferreira, Ilda Oliveira Figueiredo; 2006, Editora Ministério da Educação/Direcção-Geral de Inovação e Desenvolvimento Curricular acedido a 16 Maio 2014. A era dos Aceleradores – o coração dos ecossistemas de empreendedorismo, http://juventude.gov.pt/Emprego/InovaJovensCriativos/Documents/Guiao_Promocao_Empreendedorismo_escola_DGE.pdf

- Dana T. Redford, Paulo Osswald, Mariana Negrão, Lurdes Veríssimo. Editora Programa Escolhas, Manual para os técnicos: Uma escola de futuro, empreendedorismo e capacitação dos jovens, acessado a 20 de Maio, <https://www.igfse.pt/upload/docs/2013/ManualUmaEscolhadeFuturoempreendedorismoJOVENS.pdf>
- Paulo Pinho, entrevistado por João Pedro Pereira, Jornal O Público, Fevereiro de 2013, acessado a 20 de Maio, <http://www.publico.pt/economia/noticia/houve-durante-muito-tempo-excesso-de-dinheiro-facil-para-as-empresas-1584147>
- Guy Kawasaki, In the ART of start – The Art of Pitching, acessado a 15 de Junho de 2014 <http://www.guykawasaki.com/downloads/art/Art.pdf>

Sites e Links – Organismos e comunidades de apoio e informação sobre Empreendedorismo

- ANJE, acessado a 13 de Abril, <http://www.anje.pt/>
- *Business model generation book online*, acessado a 13 de Abril <http://www.businessmodelgeneration.com/>
- CML, Câmara Municipal de Lisboa, acessado a 17 de Maio <http://www.cm-lisboa.pt/investir/empreendedorismo>
- Eu sou empreendedor, acessado a 17 de Maio, <http://eusouempreendedor.wordpress.com/>
- Entrepreneur, acessado a 18 de Maio: <http://www.entrepreneur.com/>
- IAPMEI, acessado a 13 de Abril <http://www.iapmei.pt/>
- Invest Lisboa, acessado a 14 de Abril <http://www.investlisboa.com/site/pt/>
- Portal do empreendedorismo, acessado a 17 de Maio <http://www.portaldoempreendedorismo.com/>
- Programa Estratégico de Empreendedorismo e Inovação acessado a 19 de Maio <http://www.ei.gov.pt/index/>
- Plataforma para a educação do empreendedorismo em Portugal <http://www.peep.pt/>
- *Startup* Lisboa, acessado a 15 de Junho, <http://startupilisboa.com/>
- *Up to start*, acessado a 27 de Junho, <http://uptostart.com/pt/>

Youtube

- Business Model Canvas Explained - <https://www.youtube.com/watch?v=QoAOzMTLP5s>

American Express OPEN: Creating Your Perfect Elevator Pitch, acessado a 13 de Abril, publicado em 2011

- Creating Your Perfect Elevator Pitch, acessado a 13 de Abril, publicado em 2011 https://www.youtube.com/watch?v=oZi0FPp_rOg

Programas de Aceleração

- **Beta Start (Beta i)-** <http://beta-i.pt/tags/beta-start/>
- **EggNEST-** <http://www.eggnest.org/>
- **Energia Portugal –** <http://www.energiaportugal.pt/>
- **Fábrica de Startups-** <http://www.fabricadestartups.com/>
- **Founder Institute-** <http://fi.co/>
- **Lisbon Challenge -** <http://www.lisbon-challenge.com/>
- **Startup Lisboa -** <http://startupilisboa.com/>
- **Startup Pirates -** <http://startuppirates.org/>
- **Start weekend-** <http://startupweekend.org/>
- **World Entrepreneurship Forum-** <http://www.world-entrepreneurship-forum.com/>

Anexos



Anexo 1 - Unl lança o *Nova Idea competition* com apoio do BPI -25. 03.2014

Anexo 2 - *Press release Pitch final Nova Idea Competition*- 21.05.2014

Anexo 3- Anexo 3- Convite 5^a edição do concurso de Planos de negócio *NOVA Idea Competition*, 21.05.2014

Anexo 4 – Curso *One Academy* 2014, apoio e presença nas aulas

Anexo 5- Publicidade e Promoção nas redes sociais de eventos e notícias ocorridos no período do Estágio (3 meses)

Anexo 6:Organização e apoio nos respectivos eventos ocorridos durante o Estágio tanto na sala do Senado como no auditório B, da Reitoria da Universidade NOVA de Lisboa, 2014

Anexo 7: Gabinete de Empreendedorismo da Universidade Nova de Lisboa, fotografia tirada por mim, Abril de 2014

Anexos 8-Gestão da Newsletter NOVA Empreende

Anexo 8.1 *Business Model Canvas* 2nd class Fevereiro de 2014

Anexo 8.2 *Newsletter* do Gabinete de Empreendedorismo: Mês Fevereiro de 2014

Anexo 8.3 Chegou o *Nova Idea Competition* 2014, Março de 2014

Anexo 8.4 The next big Idea 2014, Abril de 2014

Anexo 8.5. *NOVA Idea Competition* 2014, Maio de 2014

21 de Maio de 2014 | 17h30 | Reitoria da Universidade NOVA de Lisboa | AuditórioB

PITCH FINAL NOVA IDEA COMPETITION 2014



O Gabinete de Empreendedorismo da Universidade NOVA de Lisboa acaba de divulgar as 10 equipas seleccionadas para a final do concurso NOVA IDEA COMPETITION 2014. A cerimónia irá decorrer no dia 21 de Maio pelas 17h30 na Reitoria da Universidade NOVA de Lisboa, auditório B.

O NOVA IDEA COMPETITION é uma iniciativa anual do Gabinete de Empreendedorismo da Reitoria da NOVA que pretende proporcionar aos alunos uma experiência de aprendizagem integrada, estimular a cultura empreendedora, promover a multidisciplinariedade e incentivar o cruzamento de culturas, através da constituição de equipas compostas por alunos de diferentes unidades orgânicas reforçando o seu espírito empreendedor!

Esta iniciativa decorreu de Março a Maio, período ao longo do qual decorreram actividades de formação e de desenvolvimento das equipas intervenientes. As equipas em concurso concorrem agora a um prémio de 8.000, 5.000 e 2.000 Euros patrocínio do Banco BPI.

Nesta sessão estarão a avaliar os projectos a Dra. Carla Teixeira Almeida (Banco BPI), Dr. João Moreira (Optimus), Jorge Portugal da Rocha (Assessor do Presidente da República na área da Inovação), Marta Miraldes (Startup Lisboa), Professor Paulo Pinho (Professor na NOVA SBE), João Gonçalves (SDO Consultores), Professor Rui Baião (ISEGI).

Para este evento contamos com a sua presença agradecendo que efectue a sua inscrição em <https://novaidea2014.eventbrite.pt> ou que envie e-mail para novaiea@unl.pt.

Mais informação: <http://www.unl.pt/empreendedorismo/nova-ideacompetition>
mail:novaidea@unl.pt

Resumo dos projectos

- **BebeBaba** – B visa revolucionar o acesso a uma ama de confiança para a Diáspora Portuguesa. É uma plataforma *online* e móvel, que vai permitir aos pais de procurar e reservar uma ama de confiança.
- **Bookify** – é uma plataforma digital onde os estudantes universitários podem encontrar os livros recomendados para as suas áreas de especialização e outras áreas de interesse. O Bookify pretende reduzir a distância entre editoras e universidades que fazendo com que os livros didáticos se tornem mais acessíveis para estudantes do ensino superior.
- **Chef for a day-** é um conceito que permite que os amantes de cozinha se tornem Chefes por um dia.
- **ChromicAds** - Tirando partido da actual reestruturação e realocização dos orçamentos das empresas com enfoque no marketing não-tradicional, a ChromicAds lança o seu primeiro produto (Thermostamp) baseado num autocolante, composto por uma tinta termocrómica (podendo apresentar fluorescência), que é activado termicamente nos urinóis.
- **Course Me Up** – é um *marketplace* que liga os estudantes que estão à procura de um curso e com Entidades de ensino que oferecem uma grande variedade de opções, e através do feedback promove um senso de comunidade e confiança.
- **Heat it-** é uma lancheira com funções térmicas que permite aquecer o almoço em qualquer local sem necessidade de recorrer a uma tomada eléctrica.
- **Honey Me** – apresenta-nos uma nova tecnologia que permite transformar mel em granulado permitindo que este alimento, muito mais saudável que o açúcar, seja utilizado como substituto deste.
- **ImpacTrip** - A impacTrip é uma agência de viagens que se foca no nicho de mercado das viagens solidárias. A sua missão é promover experiências turísticas

alternativas e inesquecíveis que permitam ao viajante conhecer Portugal de forma diferente participando em actividades de voluntariado e contribuindo para o desenvolvimento social e ambiental das regiões que visita.

- **SWALIP-** é um dispositivo híbrido, que permite converter radiação solar em energia eléctrica, ao mesmo tempo que recolhe água da chuva. Desenvolvido a partir da conjugação de tecnologias de ponta, este dispositivo assenta num conceito pioneiro, que visa não só generalizar a utilização de energias alternativas, mas também proporcionar ao cliente uma solução eficaz, rentável, personalizável e com um design atractivo, a um custo altamente competitivo no que diz respeito à geração de energia renovável.
- **UVemotion-** A equipa *UVemotion* está a desenvolver um pequeno detector de radiação Ultravioleta (UV) que informa o utilizador do nível de radiação a que está exposto num determinado momento, ao alterar a sua cor conforme a intensidade dessa radiação. A sua principal função é portanto alertar a consciência das pessoas para tomarem precauções quando o nível de radiação UV se torna prejudicial para a saúde, tendo como visão ser o líder mundial em sensores de radiação UV e como missão reduzir o número de incidências de cancro da pele associado à exposição solar excessiva.

UNL Lança O NOVA IDEA COMPETITION COM APOIO DO BPI

Lisboa, 25 de Março de 2014



O **NOVA IDEA COMPETITION** é uma iniciativa anual do Gabinete de Empreendedorismo da Reitoria da Universidade NOVA de Lisboa que pretende proporcionar aos seus alunos uma experiência de aprendizagem integrada e que inicia agora a sua 5ª edição com inscrições abertas até dia 11 de Abril (<http://www.unl.pt/empreendedorismo/nova-ideacompetition>). Dirigido a todos os alunos da NOVA, que poderão participar através de equipas mistas, este concurso conta com o apoio do BPI que oferece três prémios monetários no valor de 8.000€ 5.000€ e 2.000€.

Os objectivos principais desta iniciativa assentam em estimular a cultura empreendedora entre os alunos da NOVA e promover a multidisciplinaridade e o cruzamento de culturas. Através da constituição de equipas compostas por alunos de diferentes unidades orgânicas pretende-se sobretudo reforçar a formação transversal em empreendedorismo estimulando a criação de equipas inovadoras. Cada equipa concorrente deverá ter entre um mínimo de 3 (três) e um máximo de 6 (seis) elementos e terá obrigatoriamente de ser constituída por alunos de pelo menos duas Unidades Orgânicas distintas da NOVA. É ainda permitida a participação de alunos exteriores à UNL desde que pertençam a outra Universidade e estejam a concorrer numa equipa composta, pelo menos, por mais 2 (dois) alunos ou alumni da NOVA.

O concurso decorrerá de Abril a maio, período durante o qual os participantes terão que entregar um sumário executivo (15 de Abril), o Plano de negócio (7 de Maio – com 15 equipas seleccionadas) e no final realizar um pitch para investidores (7 de Maio com 10 equipas seleccionadas).

Mais informação: <http://www.unl.pt/empreendedorismo/nova-ideacompetition> l

novaidea@unl.pt

Anexo 3- Convite 5ª edição do concurso de Planos de negócio NOVA Idea Competition

Anexo 3 –Convite: 5^a edição do concurso de Planos de negócio NOVA *Idea Competition 2014*

Data do evento: 21 de Maio, 2014

Hora: 17h30

Local: Reitoria da Universidade NOVA de Lisboa, auditório B

O Gabinete de empreendedorismo da Universidade NOVA de Lisboa gostaria de o/a convidar,

Para a cerimónia final da 5^a edição do concurso de Planos de negócio NOVA *Idea Competition*.

Para esta fase final foram seleccionados 10 projectos que são o resultado de 3 fases de selecção que decorreram de Março a Maio. As equipas em concurso concorrem agora a um prémio de 8.000, 5.000 e 2.000 Euros patrocínio do Banco BPI. Para este evento contamos com a sua presença agradecendo que efectue a sua inscrição em <https://novaidea2014.eventbrite.pt> ou que envie *e-mail* para novaiea@unl.pt. Nesta sessão estarão a avaliar os projectos a Dra. Carla Teixeira Almeida (Banco BPI), Dr. João Moreira (Optimus), Jorge Portugal da Rocha (Assessor do Presidente da República na área da Inovação), Marta Miraldes (Startup Lisboa), Professor Paulo Pinho (Professor na NOVA SBE), João Gonçalves (SDO Consultores), Professor Rui Baião (ISEGI) .

Para qualquer esclarecimento adicional agradecemos o contacto com o Gabinete de empreendedorismo através do *e-mail*: **novaidea@unl.pt**.



Imagens: Fotografias tiradas durante o Estágio enquanto frequentava as aulas na ONE Academy 2014

ONE ACADEMY 2014

Classes-Introduction to the Entrepreneurial Process;
Business Model Canvas;
Design thinking; From idea to business; Business planning; The market; Social media marketing; The technology, product or service; IP issues
Management Team; Business Operations; Financing new ventures; Details on the use of funds; Term sheets; Social entrepreneurship; How to do a pitch; Final pitch

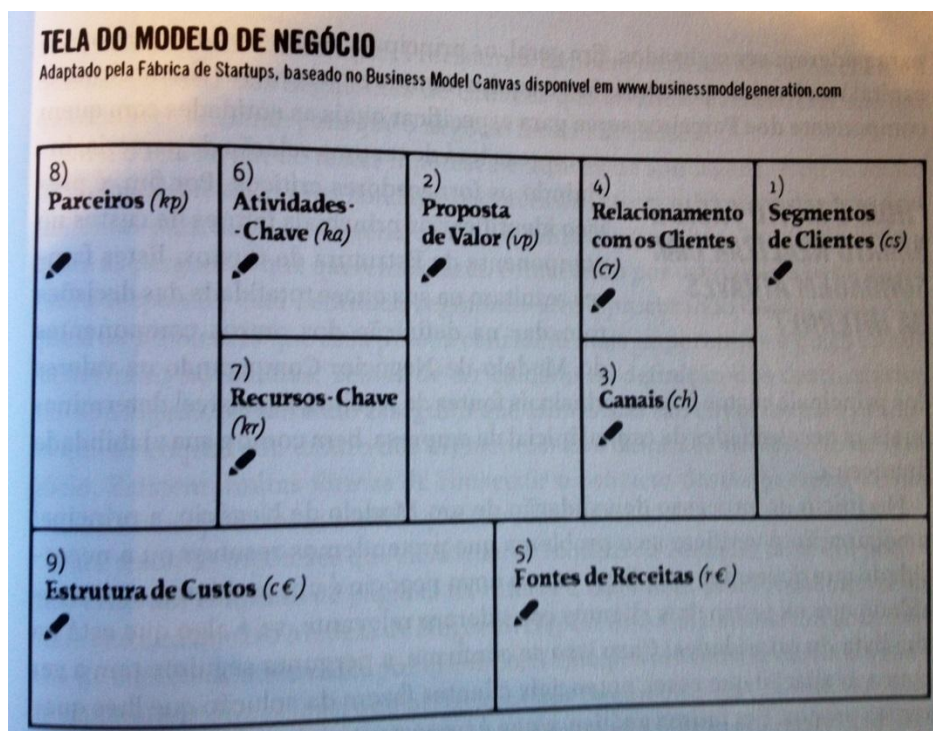


Imagem: Retirada do Livro, A alma do Negócio: Um guia prático para os empreendedores em Portugal

Anexo 5- Publicidade e Promoções nas redes sociais de eventos e notícias ocorridos no período do

Estágio (3 meses)





Anexo 6: Organização e apoio nos respectivos eventos ocorridos durante o Estágio tanto na sala do Senado como no auditório B, da Reitoria da Universidade NOVA de Lisboa, 2014



Anexo 7: Gabinete de Empreendedorismo da Universidade Nova de Lisboa, fotografia tirada por mim, Abril de 2014

Anexos 8-Gestão da Newsletter NOVA Empreende 2014

Anexo 8.1- *Business Model Canvas* 2nd class Fevereiro de 2014

Anexo 8.2 –*Newsletter* do Gabinete de Empreendedorismo: Mês Fevereiro de 2014

Anexo 8.3 – Chegou o *Nova Idea Competition* 2014, Março de 2014

Anexo 8.4– The Next Big Idea 2014, Abril de 2014

Anexo 8.5 – NOVA *Idea Competition* 2014, Maio de 2014

